

浅谈传播学视域下健身气功对海外华人推广的要点和策略

● 张 磊



[摘要]随着“一带一路”倡议的实施,我国的传统文化也在这个过程中逐步“走出去”,实现了新的发展。在海外华人中推广健身气功不仅可以进一步增强海外华人的民族自豪感,还可以带动我国传统文化的海外传播。本文从传播学的角度入手,研究在经济一体化发展的今天,健身气功在海外华人中推广的策略,以期为我国新兴体育项目的进一步传播做出相应的贡献。

[关键词]健身气功 海外华人 传播学 推广 策略 **[中图分类号]** G852 **[文献标识码]** A

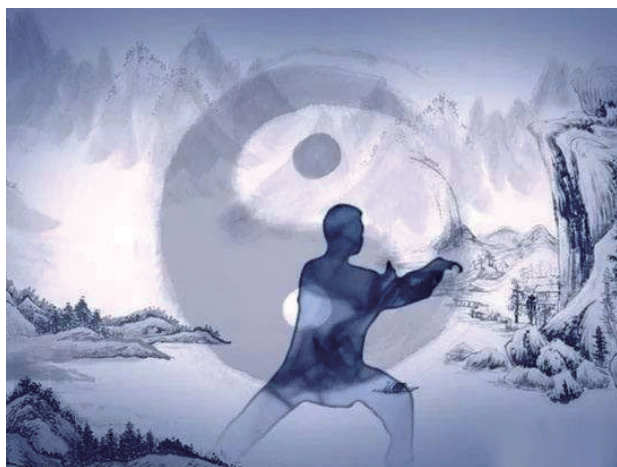
DOI:10.13854/j.cnki.cni.2018.16.016

随着人类社会物质生活条件的进一步发展,人们对身心健康的关注水平不断提升,在这样的背景下,健身气功以其独特的健身方法在世界范围内得到了广泛传播。健身气功不仅能够强身健体,还具有浓厚的文化底蕴,其在海外的广泛传播,对于提升我国传统文化的影响力,实现传统文化“走出去”的战略具有重要意义。我国华人华侨在国外已经形成了一个巨大的群体,无论是在资本还是文化方面都是有着较大的影响力,在海外华人中推广健身气功,能够实现超越健身气功锻炼本身的内涵,更是一项具有文化传播意义的活动。因此,本文结合海外华人华侨的群体特点,从传播学的视角入手,提出健身气功海外推广的建议。

健身气功在海外华人中推广的现状

1. 健身气功的内涵

所谓健身气功,主要是指以健身为主要目的,以较为和缓的形体活动为基础,实现身心状态渐趋调息、调身、调心合一的体育运动项目。健身气功是一个融合了“健身”与“气功”两种功能的概念,在具体实施的过程中,它吸收了健身与气功二者各自的优势,形成了一种全新的运动健身的理念。具体来说,健身气功首先是吸取了体育运动的基本目的,也就是在锻炼的过程中实现身心健康的目的。最初,健身与气功还包含其他目的,但在健身气功发展的过程中,其他目的被有意识地舍弃了。另外,健身气功还吸取了气功的运动形式,也就是健身气功的发展是朝着三调合一的方向前进,而不是朝着体育运动三调分离的方向去的,这是健身气功与健身、气功之间差异的关键所在,也是健身气功作为一项独立



的运动项目的依据所在。

2. 健身气功在海外华人中推广的意义

我国海外移民的历史相对较长,在近千年的移民历史中,世界各地海外华人华侨的总数已经达到 5000 多万,为世界各地的经济发展做出了巨大的贡献。在这样的背景下,向海外华侨推广健身气功不仅是能够促进各个国家之间的文化交流,还能够进一步提升我国的文化软实力。随着“一带一路”倡议的实施,我国与其他各个国家的交流日益增多,但是,也存在各国民众对我国文化不了解、不熟悉的问题,这会给国际经济交流带来不利的影响,而借助健身气功在海外华人群体中的传播,能够让不同国家的民众对中国有一个全新的了解,这对于带动我国传统文化的传播,提升国家综合影响力具有重要的意义。

3. 当前健身气功在海外推广中存在的问题

健身气功在海外华人中的推广并不是一帆风顺的,在其

实际推广的过程中,遇到了较多的问题。一方面,健身气功虽然秉持健身的理念,但是这种新型的运动形式也结合了许多气功的概念。在实际传播的过程中,海外华人华侨虽然有一定的汉语基础,但对健身气功中的一些较为专业的气功概念的理解还是存在较大的难度,这种沟通方面的问题严重地限制了健身气功的推广。另一方面,健身气功在海外传播的过程中,需要对当地的练习者进行翻译介绍,但在这个“解码”的过程中,容易产生一定的理解误差,这对健身气功的传播产生了不利影响。特别是健身气功中有一些抽象理论,较为晦涩难懂,就连国内练习多年的爱好者也时常会有困惑的感觉,更何况是对长期居住海外的华人了。

提升健身气功在海外华人群体中传播的策略

针对当前健身气功在海外华人群体传播中存在的问题,本文从传播学的人际传播、组织传播以及大众传播三个角度入手,提出促进健身气功在海外华人群体中传播的策略和建议,希望为进一步提升健身气功的海外传播效果做出相应的贡献。

1. 健身气功的人际传播策略

所谓人际传播,实际上是传播学中一个较为专业的概念,具体是指通过人性媒介(面对面时的自身感知器官以及非面对面时的个人性媒介)实现的个体与个体、个体与群体以及群体与群体之间的信息交流,这种传播方式能够确保交流双方具有高度的认同感,对某一事物的传播具有积极的意义。健身气功在海外传播的过程,教练与学员互动的过程中大多采取这种传播形式。教练通过与学员之间的语言、动作、眼神、表情以及情绪等多种渠道的交流,能够帮助提高学员对健身气功的理解,学员通过与教练之间的探讨能够掌握健身的技巧。使用这种传播方式,需要对健身气功的概念进行简化,确保每一个动作、要求都能够直接明确,只有这样才能确保学员正确地掌握健身气功要领,才能够在健身气功传播中发挥好相应的作用。

2. 健身气功的组织传播策略


健身气功的组织传播更多的是借助一些健身气功组织的宣传进行相应的传播活动。当前,在海外推广健身气功的组织主要是中国健身气功协会以及其他的合作伙伴。而组织传播作用的实现更多的是依靠组织的外部活动与内部交流,因此,在健身气功海外传播的过程中,可以采用以下策略:一是加强健身气功的品牌建设,打造出富有特色的健身气功品牌,在健身气功的传播过程中利用相应的品牌效应,让海外的华人华侨对健身气功形成一个独特的文化印象,这种品牌印象能够在他们选择或者是购买健身服务时对他们产生一定的导向性。二是加强与其他组织之间的交流合作。当今时代

是一个一体化发展的时代,每一个人都在日常生活中与多个组织产生信息、文化的互动与交流。在这样的背景下,健身气功协会可以与其他华人海外组织进行联合,借助多样的特色文化活动实现健身气功的有效推广。举例来说,健身气功协会可以与文化艺术表演部门联合,将健身气功融入到文化欣赏的内容中,借助表演这种形式推广健身气功,增强海外华人对健身气功的了解。

3. 健身气功的大众传播策略

大众传播是传播过程效果最佳的一种传播方式,这种传播是以一般大众为主要的传播对象,通过运用先进的传播技术和产业化手段,实现了大规模传播的目的。这种传播方式不仅传播范围广泛,还具有影响力巨大的特点。健身气功在大众传播的过程中,可以采用传统媒体、新媒体以及新媒体与传统媒体相结合的方式实现其传播效力。举例来说,在健身气功传播的过程中,健身气功协会可以通过制造一些新闻热点,引起大众传播媒介的关注与报道,进一步提升健身气功在社会大众中的关注度。另外,还可以利用名人效应,借助名人或者是明星的影响力带动人们的学习热情。

结论

健身气功在海外华人华侨群体中的有效推广,能够进一步实现我国传统文化在海外的推广、交流,对于促进我国民族体育项目的发展,实现民族体育文化的高效传播具有重要意义。本文在研究的基础上给出了相应的建议,期待在未来的健身气功推广中发挥相应的作用。

(作者单位:兰州理工大学)

甘肃省社科规划项目(YB068);甘肃省教育厅体育卫生与健康教育美育国防教育专项任务项目(2017B-005)。

参考文献

- [1]冉学东,王岗.对中国武术文化“走出去”战略的重新思考[J].体育科学,2012(1).
- [2]徐亮,徐武.中华文化国际传播视域下非洲健身气功推广对策——以贝宁为例[J].内江师范学院学报,2016(8).
- [3]吕韶钧,彭芳,邝华利.现代健身气功的传播策略[J].北京体育大学学报,2005(8).

责编/刘之琪